

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2024
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Karen Kristensen /Grundforløbslærer (BKL, PMN, KACH, ND)
Hold	HH2E

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold – Værdikæder og forretningsmodeller
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold – Omverdensforhold
Titel 3	Konkurrenceforhold
Titel 4	Brancheforhold
Titel 5	Købsadfærd på B2C markedet
Titel 6	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Titel 7	Markedsanalyse
Titel 8	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 9	Strategi
Titel 10	Marketingsmix
Titel 11	Eksamensforløb



Titel 1	Virksomhedens interne forhold – Værdikæden mv
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 2. Den interne situation</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler</p>
Omfang	September og oktober 2022
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Porters værdikæde (Produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed)• Forretningsmodel: Business Model Canvas• Indlæring af fagudtryk og forståelse for anvendelsen heraf.• Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold• Eleverne skal kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning set i lyset af de indsamlede informationer
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold - Omverdensforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 3</p> <p>Supplerende stof: Hjemmesider Artikler</p>
Omfang	Oktober og november 2022
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation.• Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL)• Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse



Titel 3	Konkurrenceforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 4</p> <p>Supplerende stof: Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider</p>
Omfang	November 2022
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs.</p> <ul style="list-style-type: none">• definere virksomhedens marked• identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position <p>Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt og præsenterer i matrixgrupper.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 4	Brancheforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 5</p> <p>Supplerende stof: Artikler Euromonitor Cases</p>
Omfang	November 2022
Særlige fokuspunkter	<p>Gennemgående model: Porters 5 forces</p> <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche• vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen• Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret• Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, omlagt skriftlighed og afleveringsopgave</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 5	Købsadfærd B2C
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 6</p> <p>Supplerende stof: Case om rejsebranchen og bilbranchen Diverse artikler</p>
Omfang	December 2022
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Give en karakteristik af konsumentmarkedet.• Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden• Beskrive det potentielle marked <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder i grupper og individuelt
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, skriftligt arbejde</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætter i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 6	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap. 7
Omfang	Januar 2023
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• Give karakteristik af producentmarkedet.• Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet.• Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet Progression: <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen.• Eleverne arbejder med Arla på producentmarkedet, hvor købsadfærden analyseres
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse



Titel 7	Markedsanalyse
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 2</p> <p>Analyser fra:</p> <ul style="list-style-type: none">• Coop analyser: https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.as• Coop Mad-o-mater: https://www.madometer.dk/• Danmarks statistik.
Omfang	Januar – marts 2023
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder.• have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder• forholde sig kritisk til forskellige kilder og indsamlingsmetoder• gennemføre en markedsanalyse og anvende denne som beslutningsgrundlag i en virksomhed.• have viden om kildekritik og viden om repræsentativitet• præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder i grupper og individuelt.• Eleverne præsenterer i grupper.
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, faglig læsning, Udformning af spørgsmål og spørgeskema. Mundtlig præsentation Der er desuden arbejdet med tolkning af statistiske data.



Titel 8	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 11</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler Conzoom Gallups kompas</p>
Omfang	April - juni 2023
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none">• Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering. o Kunne gennemføre en segmenteringsproces• Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Progression i forløbet består i, at eleverne arbejde med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde.



Titel 9	Strategi – konkurrence- og vækststrategier
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 8
Omfang	August-Oktober 2023
Særlige fokuspunkter	Fokus på de forskellige strategier – de udvidet vækststrategier og grafiske noter.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (præsentationer), individuelt arbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde (synopsis).



Titel 10	Marketingmix
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 14, 15, 16, 18, 20, 22</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse artikler + videomateriale.
Omfang	November 23 - Marts 2024
Særlige fokuspunkter	<p>Afsluttende case-opgave: skriftlig gruppeopgave om energidriks og State.</p> <ul style="list-style-type: none">• SO4 – promotion i forbindelse med erhvervsjura.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde. En større del af forløbet er foregået som online-undervisning.



Titel 11	Eksamensprojekt om Modebranchen
Indhold	Kernestof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Euromonitor Eksamensprojekt om Modebranchen
Omfang	Marts-maj 2024 (12 lektioner)
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• Analysere sammenhængen mellem situationsanalyse og virksomhedens strategier i marketingplanen• Anvende viden fra analyser af interne og eksterne forhold i diskussionen virksomhedens marketingplan• Inddrage økonomiske overvejelser (budget og effekt) i vurdering af marketingplanen• Vurdere sammenhængen mellem strategiprocessen og marketingplanen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser og aflevering om lavprisselskaber. Eksamensprojektets omdrejningspunkt er modebranchen